

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara motif penggunaan media terhadap kepuasan informasi. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $< 0,001$ ($< 0,05$) dan nilai t-hitung 14.257 yang jauh melampaui t-tabel. Temuan ini mengindikasikan bahwa akun TikTok @miryimmniril telah berhasil menjalankan fungsinya secara efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi *fashion* mahasiswa, di mana tidak ditemukan kesenjangan (*gap*) yang signifikan antara harapan (*Gratification Sought*) dan kenyataan (*Gratification Obtained*) pada seluruh dimensi konten. Secara spesifik, dimensi Foto dan Caption menjadi aspek yang paling memuaskan karena mampu menyajikan informasi detail produk yang melampaui ekspektasi awal audiens.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, peneliti menyadari adanya keterbatasan dalam penelitian ini, sehingga peneliti memiliki beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

5.2.1 Saran Praktis

Saran ini ditujukan kepada konten kreator akun TikTok @miryimmniril guna meningkatkan kualitas konten berdasarkan indikator yang memiliki skor terendah:

1. Berdasarkan hasil penelitian variabel Motif (X), indikator terendah adalah penggunaan *caption* sebagai pemicu pencarian tren (X19). Kreator disarankan untuk mengoptimalkan *caption* agar tidak hanya berisi spesifikasi teknis (harga/toko), tetapi juga menyisipkan narasi singkat atau cerita di balik gaya tersebut (misalnya: alasan pemilihan warna atau sejarah tren). Hal ini bertujuan agar *caption* juga berfungsi menarik minat baca audiens terhadap tren, bukan sekadar katalog belanja.

2. Berdasarkan hasil penelitian variabel Kepuasan (Y), indikator dengan skor terendah adalah kepuasan terhadap informasi tren pada video (Y10). Untuk meningkatkan hal ini, kreator disarankan tidak hanya membuat video transisi *outfit* yang cepat, tetapi juga mengeksplorasi konten edukatif seperti "*Trend Forecast*" atau "*Styling Tips*" yang membahas detail tren secara visual dengan tempo yang lebih lambat, sehingga penonton dapat mengamati detail produk dengan lebih jelas.

5.2.2 Saran Teoritis

Saran ini ditujukan bagi pengembangan ilmu komunikasi dan peneliti selanjutnya:

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lain untuk pengembangan variabel penelitian yang relevan dengan konteks media sosial visual. Variabel seperti Kualitas Informasi (*Information Quality*), Kredibilitas Sumber (*Source Credibility*), atau Interaksi Parasosial dapat ditambahkan untuk melihat faktor lain yang memengaruhi kepuasan informasi *fashion* di TikTok.
2. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat generalis. Untuk penelitian mendatang, disarankan menggunakan metode kualitatif atau metode campuran (*mixed-method*) guna menggali lebih dalam alasan mengapa aspek visual tertentu (seperti video transisi cepat) dinilai kurang memuaskan dalam menyampaikan detail produk dibandingkan foto, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumsi media *fashion*.